

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ**В.И. Сушко***Полесский государственный университет*

В настоящее время достаточно актуальными стали вопросы динамики и уровня цен на продовольственные товары, которые зависят от воздействия различных факторов. В связи с этим большое значение приобретает определение тенденций развития основных участников данного рынка и в частности розничной торговли.

Современными мировыми тенденциями развития розничной торговли продуктами питания являются: развитие розничных сетей. В странах ЕС и США происходит активное развитие сетевой розничной торговли. Аналогичная тенденция создания и развития розничных сетей наблюдается и в России. Причем наиболее привлекательными для розничных сетей в России являются такие города как Москва, Санкт-Петербург, а также другие крупные города. Российский рынок сетевой розничной торговли продовольствием еще не насыщен. Это обусловлено разным уровнем развития сетевой торговли в регионах и разным уровнем доходов населения различных регионов. Поэтому сетевая торговля продовольственными товарами в России на данный момент обладает высокими темпами роста.

2. крупные розничные сети стали занимать на продовольственных рынках доминирующее положение, а иногда и монопольное, к примеру, на развивающихся российских продовольственных рынках. Монополизм может проявляться в форме диктования своих условий в отношении покупателей (населения) и в форме выдвижения своих требований по ценам, скидкам с цены, форме оплаты, товарному ассортименту и других условий по отношению к поставщикам (пищевым предприятиям и оптовикам). Поэтому большое значение для эффективного функционирования продовольственных рынков приобретают вопросы защиты конкуренции;

3. интеграция независимых розничных торговцев с оптовиками и (или) с пищевыми предприятиями с целью повышения конкурентоспособности по отношению к розничным сетям;

4. объединение независимых розничных торговцев, прежде всего небольших магазинов в розничные сети, при сохранении своей самостоятельности в рамках сети, что является ответом на рост влияния сетей, укрупнение магазинов, формирование вертикально-интегрированных структур в торговле;

5. тенденция создания более крупных продовольственных магазинов (супермаркеты, складские магазины, гипермаркеты), которые торгуют широким ассортиментом продовольственных товаров по более низким ценам. В тоже время наблюдается тенденция снижения темпов прироста продаж товаров через крупные магазины;

6. диверсификация деятельности посредством входа розничных торговцев в другие сферы деятельности и выхода на иностранные рынки (открытие магазинов и розничных сетей под собственной торговой маркой в других странах);

7. расширение ассортимента реализуемых продуктов питания и, прежде всего за счет роста продаж удоб-

ных пищевых продуктов.

Основными тенденциями развития розничной торговли в Республике Беларусь являются:

1. Увеличение численности организаций розничной торговли. Если в 1990 г их численность составляла 29 тыс., то в 2006 г 35 тыс. Однако здесь имеются некоторые особенности. Так, если число магазинов увеличивается, то число палаток и киосков сокращается, что свидетельствует об укрупнении предприятий. Крупные предприятия имеют гораздо более широкий ассортимент товаров, обладают большими финансовыми ресурсами, а значит, являются более конкурентоспособными;

2. Сокращение удельного веса предприятий государственной и кооперативной торговли в общей численности розничных предприятий и розничном товарообороте). Если в 1990 г на данные предприятия приходилось 66% и 33% численности организаций торговли, то в 2006 г данные показатели составили соответственно 82% и 15%;

3. Имеется тенденция к увеличению продаж продуктов питания практически готовых к употреблению.

Анализируя объемы продаж продовольствия на белорусском рынке за последние 20 лет необходимо отметить, что они характеризуются высоким уровнем колебаний. Так период с 1985 по 1990 гг. отличается ростом объемов продаж всех видов продовольственных товаров, а период с 1991 по 1995 гг. сокращением объема продаж. За период с 1995 г. по 2006 г., ситуация с объемами продаж основных видов продуктов питания в розничной сети стабилизировалась и наметилась тенденция увеличения продаж. Так, продажа мяса и мясoproductов увеличилась с 443 до 704 тыс. т. (или на 59%), кондитерских изделий с 59 до 128 тыс. т (или в 2,2 раза), чая с 2,4 до 5,9 тыс. т. (или в 2,5 раза), продажа овощей увеличилась с 190 до 263 тыс. т. Особо следует отметить, что независимо от того, какая была экономическая ситуация, продажа фруктов и цитрусовых неуклонно увеличивалась.

С целью совершенствования развития розничной торговли продовольственными товарами в Беларуси необходимо: увеличение числа удобных магазинов (небольших продовольственных магазинов с наиболее ходовыми товарами, расположенных в жилых кварталах); строительство гипер- и супермаркетов при наличии соответствующего спроса; развитие белорусских розничных сетей в целесообразных рамках; необходимо совершенствование правил взаимоотношений торговых предприятий на продовольственном рынке с целью поддержания и развития уровня конкуренции.